



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DALAM PERSPEKTIF PRINSIP-PRINSIP EKONOMI SYARIAH

(Studi Kasus di Toko Arafah Jl.Perjuangan Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)
Pada Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Islam
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

SOVI NUR AISYAH
NIM. 14112211287



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1436 H / 2015 M



ABSTRAK

Nama : Sovi Nur Aisyah

NIM : 14112211287

Judul : Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

Salah satu aktivitas penting dalam kehidupan ekonomi adalah aktivitas pertukaran barang dan jasa, dimana dari aktivitas tersebut akan membentuk sebuah harga. Dalam konsep ekonomi syariah, tujuan diadakannya transaksi jual beli adalah untuk mencari keridhaan Allah SWT, bukan untuk meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba. Dalam penetapan harga suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum, saat ini minimarket dan toko-toko modern termasuk pada Toko Arafah dalam menetapkan harga menggunakan mekanisme penetapan *odd price* yaitu menetapkan harga dengan nominal harga atau mata uang yang tidak berlaku seperti Rp.5.675, penetapan harga *odd price* mengandung unsur ketidakjelasan dan akan merugikan pembeli karena pada saat pembayaran harga akan dibulatkan dan penjual mengambil keuntungan yang lebih melalui pembulatan harga yang dilakukan oleh pihak penjual.

Penelitian ini merupakan penelitian kaulitatif, pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan atau observasi dan wawancara, dengan objek penelitian di Toko Arafah Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meninjau kembali berdasarkan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah yang menggunakan penetapan harga dengan penggunaan harga nominal yang tidak jelas

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* di Toko Arafah menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Toko Arafah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Toko Arafah mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Toko Arafah tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga ganjil yang dibulatkan, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dengan bekerjasama melalui lembaga Baitul Maal Hidayatullah (BMH) yaitu lembaga sosial amil zakat yang bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq, dan sodaqah. dan penetapan harga *odd price* merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.

Kata Kunci : Prinsip Ekonomi Syari'ah, Mekanisme Penetapan Harga, Keadilan Harga ,Toko Arafah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Arafah Jl.Perjuangan Cirebon)”, oleh Sovi Nur Aisyah, Nomor Induk Mahasiswa: 14112211287, telah diujikan dalam sidang munaqasah IAIN SYEKH NURJATI CIREBON pada hari Selasa tanggal 4 Agustus 2015.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)** di Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah (MHES) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Agustus 2015

Sidang Munaqasah

Ketua,
Merangkap Anggota

H. Juju Jumena, MH
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris,
Merangkap Anggota

Eef Saefullah, S.Ag, MHI
NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I,

Wartoyo, MSI
NIP. 19830702 201101 1 008

Penguji II,

Ridwan Widagdo, M.Si
NIP. 19730304 200710 1 003



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu.....	8
F. Kerangka Pemikiran	10
G. Metodologi Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian.....	14
2. Data dan Sumber Data.....	15
3. Teknik Pengumpulan Data	15
4. Teknik Analisis Data	16
H. Sistematika Penulisan	17



BAB II. LANDASAN TEORI

A. Teori Harga	
1. Pengertian Harga.....	18
2. Penetapan Harga.....	19
3. Strategi Penetapan Harga	21
4. Metode Penetapan Harga	21
5. Jenis-jenis Penetapan Harga.....	21
B. Teori Mekanisme Harga	
1. Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional.....	27
2. Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi syariah	28
3. Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah	31

BAB III. GAMBARAN UMUM TOKO ARAFAH CIREBON

A. Latar Belakang Toko Arafah	45
1. Sejarah Toko Arafah.....	46
2. Nama Unit Usaha	48
3. Aspek SDM dan Struktur Organisasi Toko Arafah.....	49
4. Aspek Teknis dan Teknologi Toko Arafah	49
5. Aspek Produk dan Harga Toko Arafah	51
6. Aspek Hukum.....	51
B. Praktek Mekanisme Penetapan Harga Pada Toko Arafah.....	53

BAB IV. ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DALAM PERSPEKTIF PRINSIP-PRINSIP EKONOMI SYARIAH DI TOKO ARAFAH

A. Analisis Mekanisme Penetapan Harga Nominal Yang Tidak Jelas Pada Toko Arafah	55
B. Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Pada Toko Arafah Dalam Perspektif Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah	65



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap Manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia adalah kegiatan bisnis.

Berdagang merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah, telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah terpancar dari padanya, jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-baqarah ayat 275¹:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّقِ اللَّهَ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.² (Q.S Al-baqarah ayat 275)

¹Veithzal Rivai, Amiur Nurudin, dan Faisar Ananda, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 32.

²Q.S Al-baqarah (2) ayat 275.

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan.³

Sedangkan pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor ialah *business is the organized effort of individual to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs, the general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.*⁴ Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya.⁵ Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral etik bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor.

Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.⁶ seperti dalam firman Allah SWT dalam Qur'an Surat An-nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁷ (Q.S An-nisa ayat 29)

³Veithzal Rivai, Amiur Nurudin, dan Faisar Ananda, *Islamic Business And Economic Ethics*, 12.

⁴ Buchari Alma, dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2009), 243

⁵Jafriil Khalil, *Jihad Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), 46.

⁶Veithzal Rivai, dan Andi Buchari, *Islamic Economics* (Jakarta: Bumi Aksar, 2009), 96.

⁷Q.S An-nisa (4) ayat 29.



Ayat ini menerangkan bagaimana cara peredaran harta, semua harta benda adalah harta bersama, tidak boleh mengambilnya dengan cara yang batil, arti batil ialah menurut jalan yang salah, tidak menurut jalan yang sewajarnya.⁸

Sejalan dengan perkembangan zaman, kegiatan jual beli mengalami perkembangan, baik dari segi sistem jual beli yang saat ini menggunakan sistem *online shop*, dan dari segi tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau disebut pasar, yang mengalami kemajuan seperti berkembangnya pasar-pasar modern, yaitu banyaknya pembangunan minimarket, supermarket atau swalayan, dan hypermart di Indonesia saat ini.

Pasar terdiri dari semua pengguna potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan.⁹

Pasar berdasarkan jenisnya terdiri dari dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual

Sedangkan pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), tidak ada proses tawar menawar, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.¹⁰

Munculnya pasar-pasar modern sebagai pusat perbelanjaan memberikan praktek-praktek baru dalam kegiatan jual beli. Pada saat ini, perkembangan pasar moder, seperti supermarket atau minimarket mengalami peningkatan hampir disetiap daerah di Indonesia termasuk di Cirebon. Pasar

⁸Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Singapura:Pustaka Nasional, 1989), 1175.

⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 1996), 11.

¹⁰<http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>, di akses pada tanggal 18 November 2014



modern di Kota Cirebon sekarang ini telah berkembang pesat, jauh lebih maju dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Kota Cirebon merupakan tempat yang cukup banyak menyajikan pusat perbelanjaan yang modern, mulai dari minimarket, supermarket, hypermart dan toko yang bersistem modern. untuk super market di daerah Kota Cirebon setidaknya kurang lebih ada 14 super market yang terdiri dari Giant, Carrefour, Yogya, Hypermart (CSB), Ramayana, Asia Toserba, Surya Toserba, Ace Hardware, Superindo Siliwangi, Grage Mall, Lotte Mart, dan Superindo Kesambi, Sementara itu untuk pasar modern dengan skala minimarket dan toko yang bersistem modern hampir ada di setiap ruas jalan yang ada di Kota dan maupun di Kabupaten Cirebon.

Toko Arafah Jalan Perjuangan Cirebon merupakan bukti semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang modern di Cirebon. Toko Arafah adalah usaha perorangan yang merupakan salah satu dari sekian banyak pusat perbelanjaan modern yang ikut meramaikan persaingan bisnis waralaba. Dalam persaingan bisnis yang semakin memonopoli, seringkali pelaku usaha menggunakan segala cara untuk bisa mendapatkan laba dan memenangkan persaingan meskipun cara yang dipakai tidak selaras dengan prinsip-prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya.

Pasar mempunyai peran yang sangat penting, pasar yang mempertemukan pelaku usaha yang ingin menjual barang dan jasa dengan para konsumen yang membutuhkan barang dan jasa. Kepentingan yang berbeda antara pelaku usaha dan konsumen menuntut adanya sistem harga yang adil, harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran dipasar. harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Penetapan harga adalah ketetapan harga yang telah ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan



tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain.¹¹ Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Namun pada kenyataannya dan berdasarkan penelitian sementara, pusat perbelanjaan modern yang ada di Cirebon termasuk Toko Arafah, mekanisme penetapan harga yang digunakannya belum menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dimana dalam prakteknya Toko Arafah melakukan ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harganya, yaitu menetapkan harga dengan sistem *odd price* atau nominal angka ganjil seperti nominal harga Rp 6.840,- yang tidak ada pecahan uang seganjil itu. penerapan nominal harga sebuah barang yang tertera dilabel harga dengan menggunakan nominal harga Rp 7.570,- Rp 5.550,- atau Rp 19.900, harga-harga tersebut memang akan murah jika berbelanja dalam jumlah yang banyak, tetapi jika hanya membeli satu maka pada saat pembayaran terjadi perbedaan antara harga yang tertera dilabel dengan harga pada saat pembayaran, yaitu seringkali konsumen membayar dengan harga yang lebih mahal yang seharusnya membayar Rp19.900,- namun membayar sebesar Rp 20.000,-

Penerapan nominal harga seperti itu mengandung unsur ketidakjelasan, karena menggunakan penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku, karena saat ini di Indonesia, pecahan nominal uang Rp 25,- rupiah Rp 75,- rupiah atau Rp 50,- rupiah sudah tidak ada. Dengan tidak berlakunya uang pecahan tersebut, jelas bertentangan dengan pelaku usaha yang menetapkan harga barang yang tidak sesuai dengan nilai mata uang yang berlaku dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para

¹¹Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), 210.



pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli.

Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Dalam kaitan itulah penelitian ini dilakukan. Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada bidang mekanisme penetapan harga di Toko Arafah, dengan judul ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DALAM PERSPEKTIF PRINSIP-PRINSIP EKONOMI SYARIAH

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah ekonomi syariah dengan objek penelitian di Toko Arafah Jl.Perjuangan Cirebon.

b. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

c. Jenis Masalah

Adapun jenis masalah dalam skripsi ini adalah kurangnya pelaku bisnis dalam memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis. Seperti adanya ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harga yang digunakan di Toko Arafah, yaitu penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku.

2. Pembatasan Masalah

Untuk memudahkan penulis dalam pelaksanaan penelitian ini maka perlu adanya pembatasan masalah, agar dalam praktek penelitian dan penyusunan secara ilmiah dapat dipahami dengan mudah. Oleh karena itu, peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti secara khusus



membahas tentang ketidak jelasan mekanisme penetapan harga di Toko Arafah.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahannya adalah:

- a. Apakah yang menjadi alasan Toko Arafah untuk menggunakan mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas?
- b. Apakah pelaksanaan mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* yang diterapkan oleh Toko Arafah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui alasan Toko Arafah menggunakan mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* yang diterapkan Toko Arafah sudah sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu syari'ah pada umumnya, dan khususnya untuk jurusan muamalat, dan diharapkan dapat berguna bagi perkembangan kajian ilmu pengetahuan tentang ekonomi syariah, serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang penetapan harga yang jelas dalam jual beli.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Penulis

Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori-teori yang pernah didapat dan mengaplikasikan secara empiris dengan harapan dapat



bermanfaat dalam mekanisme penetapan harga berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

2) Bagi Toko Arafah

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa saran-saran yang positif bagi pelaku usaha untuk dijadikan landasan dan pertimbangan dalam kegiatan bisnis khususnya dalam menetapkan harga barang berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

3) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja untuk lebih memperhatikan kejelasan harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha.

D. Penelitian Terdahulu

Untuk penelitian terdahulu ini penting karena guna menghindari perilaku plagiat yang berujung pada kebekuan pemikiran dengan meniru karya orang lain. Sebagai upaya untuk memepertahankan keaslian karya, dibawah ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan:

1. Muhammad Nur Solikhin melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pembulatan Harga Jasa Warnet (studi kasus di warnet retnoret yogyakarta)” penelitian ini menjelaskan bahwa mekanisme pengembalian keuntungan melalui pembulatan harga yang dilakukan oleh pihak warnet retnoret tidak sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam karena pematokan harga di retnoret perjamnya adalah Rp.3.500 tetapi ketika konsumen menggunakan jasa warnet tidak sampai satu jam harga menunjukan Rp.2.725 namun ketika membayar menjadi Rp.2.800.¹²
2. Sari Banun Harahap melakukan penelitian dengan judul “Penetapan Harga Barang Yang Tidak Berdasarkan Nilai Mata Uang yang Berlaku

¹²Muhammad Nur Solikhin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pembulatan Harga Jasa Warnet (studi kasus di warnet retnoret yogyakarta)”, (*skripsi*, jurusan Muamalat Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2010).





Berdasarkan Undang-undang Perlindungan konsumen (studi kasus di carrefour, medan)” penelitian ini menjelaskan bahwa penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang berlaku seperti menetapkan harga suatu barang sebesar Rp.1.210 yang dilakukan oleh pelaku usaha bertentangan dengan pasal 4 no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.¹³

3. Dari penelitian Yasir Sadan dengan judul “Pengambilan Keuntungan Melalui Pembulatan Pada Bisnis Warung Internet Perspektif UU NO.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Perspektif Hukum Islam”, penelitian ini menjelaskan bahwa pengambilan keuntungan melalui pembulatan harga dari biaya pakai warung internet, termasuk dalam pelanggaran ketentuan-ketentuan dari hukum positif dan hukum Islam.¹⁴
4. Dari penelitian Diah Heri Susanti melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad dan Pembulatan Harga dalam Jual Beli di Mini Market Pamela Yogyakarta”, penelitian ini memfokuskan pada akad jual belisetelah pembulatan harga yang dilakukan di minimarket pamela yogyakarta, menjelaskan bahwa pembulatan harga menciptakan ketidakadilan salah satu pihak.¹⁵
5. Dari penelitian Romi Maulana dalam penelitian yang berjudul “Penerapan Asas-Asas Muamalah Terhadap Praktek Pembulatan Harga dalam Jual Beli (studi kasus di minimarket Handayani Yogyakarta), skripsi ini menjelaskan bahwa pembulatan harga yang terjadi di minimarket Handayani dipernolehkan, dan penetapan harga adalah hak

¹³Sari Banun Harahap, “Penetapan Harga Barang Yang Tidak Berdasarkan Nilai Mata Uang yang Berlaku Berdasarkan Undang-undang Perlindungan konsumen (studi kasus di carrefour, medan)”,(*Tesis*, jurusan Magister ilmu Hukum, Universitas Sumatera Utara Medan, 2012).

¹⁴Yasir Sadan, “Pengambilan Keuntungan Melalui Pembulatan Pada Bisnis Warung Internet Perspektif UU NO.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Perspektif Hukum Islam”, (*skripsi*,Jurusan Mu’amalat fakultas syariah, UIN Sunan Kalijaga, 2012).

¹⁵Diah Heri Susanti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad dan Pembulatan Harga dalam Jual Beli di Mini Market Pamela Yogyakarta”, (*Skripsi*, Jurusan Mu’amalat Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga, 2003).

minimarket handayani sebagai penjual dengan batasan tidak ada pihak yang dirugikan.¹⁶

Dari semua penelitian terdahulu yang sudah ada sebelumnya, penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun berbeda dengan penelitian atau karya yang telah ada, dimana penyusun mengkaji tentang penetapan harga jual yang menitik beratkan pada konsep keadilan dan kejelasan dalam penetapan harga sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah.

E. Kerangka Pemikiran

Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian, Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar, bagi seorang Muslim nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT.¹⁷

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-qur'an dan Hadis. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam kegiatan ekonomi. Ajaran Islam melarang aktivitas ekonomi yang mengandung *gharar* yang berarti resiko, ketidak pastian, dan ketidak jelasan.¹⁸

Perdagangan yang Islami, adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan.¹⁹

Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain,

¹⁶Romi Maulana, "Penerapan Asas-asas Muamalah Terhadap Praktek Pembulatan Harga dalam Jual Beli (studi kasus di minimarket Handayani Yogyakarta)", (*skripsi*, Jurusan Mu'amalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, 2009).

¹⁷Veithzal Rivai, Amiur Nurudin, dan Faisar Ananda, *Islamic Business And Economic ethics*, 1.

¹⁸Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 65.

¹⁹Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 58.



dengan keadilan ekonomi setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, Islam dengan tegas melarang seseorang merugikan orang lain.²⁰ sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surat Asy-syu'araa' ayat 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: *dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*²¹

(Q.S Asy-syu'araa' ayat 183)

Ayat di atas melarang untuk saling merugikan hak-hak orang lain dan membuat kerusakan di bumi, oleh karena itu dalam Islam dalam melakukan kegiatan ekonomi dituntut untuk saling menjaga hak-hak agar tidak saling merugikan antara penjual maupun pembeli, begitu pula dalam penetapan harga harus dilakukan dengan harga yang tidak merugikan antara penjual dan pembeli. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan dengan harga yang adil, sebab harga yang adil adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.²²

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang konsumen ingin dan mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang penjual bersedia menawarkan barang atau jasa pada berbagai tingkat harga.

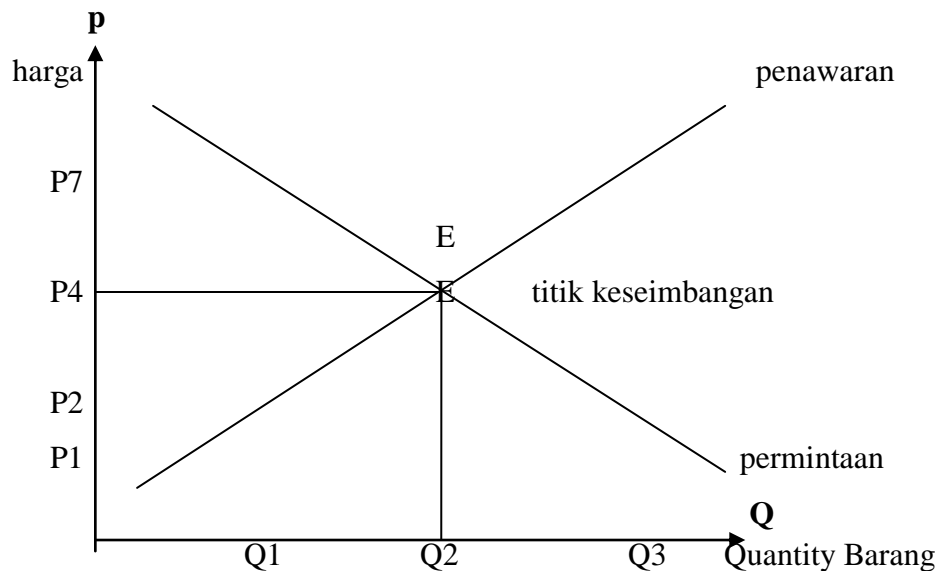
²⁰MuhammaSyafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 15.

²¹Q.S Asy-syu'araa' (42) ayat 183.

²²Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, 332.



Pertemuan antara permintaan dan penawaran dinamakan *equilibrium price* atau harga keseimbangan. Pada harga kesimbangan, jumlah barang yang dibeli sama besar dengan jumlah barang yang mampu dijual.²³



Gambar 1.1 Kurva Kesimbangan permintaan dan penawaran

Keseimbangan atau *equilibrium* permintaan dan penawaran terjadi pada titik E, perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran dengan kuantitas yang diminta sama dengan kuantitas yang ditawarkan, tidak terjadi kelebihan penawaran dan permintaan.

Dalam kurva permintaan dinyatakan bahwa kuantitas permintaan terhadap suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harga yang ditetapkan, sehingga pergerakan kurva permintaan hanya terjadi oleh perubahan atas harga, yaitu apabila harga barang naik, maka kurva permintaan dapat bergerak menurun, begitu juga apabila harga barang menurun, maka kurva permintaan dapat bergerak naik.

Dalam fungsi penawaran menunjukkan hubungan antara jumlah barang atau jasa yang ditawarkan dengan berbagai tingkat harga, sesuai

²³ Akhmad, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 36.



hukum penawaran, semakin tinggi harga semakin tinggi jumlah barang yang ditawarkan, dan sebaliknya semakin rendah harga semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan.²⁴

Dalam konsep harga yang setara atau adil Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran, dalam mendefinisikan harga yang setara, Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut.

Menurut pandangan Imam Al-ghazali mengenai konsep permintaan dan penawaran dalam permasalahan penentuan harga, beliau menyatakan bahwa pengurangan keuntungan dengan mengurangi harga akan menyebabkan peningkatan permintaan dan penjualan.

Sedangkan menurut pandangan Imam Yahya bin Umar mengenai konsep penetapan harga, beliau menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian terhadapnya akan dapat menimbulkan kerusakan dalam masyarakat, dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga harus tunduk pada kaidah-kaidah.²⁵

Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran tersebut, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.²⁶

Equilibrium price (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli, Harga yang adil adalah harga

²⁴ Eko Supriyatno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: UIN Malang PRESS, 2008), 73.

²⁵ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 288.

²⁶ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 56.



yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.²⁷

. Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan, sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen.

Pada dasarnya, penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan harus bersandarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.

F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.²⁸

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan normatif, yaitu data yang terkumpul kemudian dihubungkan dengan ketentuan hukum. Pembahasan akan senantiasa berpijak pada landasan hukum syara', yaitu al-Qur'an dan hadis serta pendapat ulama.

b. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan Latar Alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada, berdasarkan teknik

²⁷ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), 88.

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 2.



pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.²⁹

2. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah bahan mentah yang digunakan untuk menghasilkan informasi atau keterangan yang baik. Data yang digunakan dalam penelitian disini adalah keterangan-keterangan hasil dari wawancara mendalam serta pengamatan

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data ini diperoleh dari lapangan yaitu di Toko Arafah Cirebon, Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian langsung ke objek untuk memperoleh data dengan cara wawancara, Observasi dan studi dokumentasi langsung guna memperoleh data yang akurat.

2) Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh melalui sejumlah buku, jurnal, dan bacaan lainnya yang ada hubungannya dengan judul skripsi ini, yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Teknik observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan kebetulan³⁰. Dalam hal ini penulis akan mengobservasi praktek mekanisme penetapan harga di Toko Arafah.

b. Wawancara (*Interview*)

Teknik wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan

²⁹Djam'an Satori, dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2009), 25.

³⁰Hadi Sutrisno, *Metodologi Research* (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004), 151.



makna dalam suatu topik tertentu.³¹ Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik usaha Toko Arafah, dan para konsumennya.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu mempelajari atau meneliti dokumen-dokumen atau sumber-sumber yang berbentuk tulisan, dan atau gambar, dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, dan biografi, sedangkan yang berbentuk gambar misalnya foto, dan gambarhidup. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

d. Teknik Triangulasi Data

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada untuk memperoleh data yang lebih konsiste, dan pasti, dengan cara menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.³²

4. Teknis Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data induktif dan deduktif, Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan studi dokumentasi, maka penyusun mengangkat fakta-fakta yang khusus, peristiwa konkret kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum, hal ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada mengenai pelaksanaan mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* yang diterapkan Toko Arafah yang dianalisis atau ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.³³

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta , 2012), 410.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 423.

³³Sudarwan Damim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 61.



G. Sitematika Penulisan

Dalam perencanaan penelitian ini, untuk mempermudah pemahaman isi laporan penelitian dari awal sampai akhir, maka sistematika penulisannya penulis uraikan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, pada bab ini yang terdiri dari latar belakang masalah yang berisi tentang masalah yang akan diteliti, kemudian perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori, pada bab meliputi pembahasan mengenai pengertian harga, mekanisme penetapan harga, dan prinsip-prinsip bisnis dalam ekonomi syariah.

Bab III Gambaran Umum Lokasi Penelitian, menjelaskan secara umum tentang objek penelitian, sub bab yang pertama tentang deskripsi atau gambaran atau profil Toko Arafah yang membahas tentang sejarah berdirinya Toko Arafah, dan struktur organisasi, dan sub bab yang kedua menjelaskan tentang praktek mekanisme penetapan harga di Toko Arafah.

Bab IV Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Di Toko Arafah, pada bab ini akan dibahas tentang analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Pada Toko Arafah dengan menganalisis mekanisme penetapan harga di Toko Arafah yang menggunakan harga nominal tidak jelas, dan menganalisis mekanisme penetapan harga jual pada Toko Arafah berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Bab V Penutup, pada bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan yaitu berisi pemaparan berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang dilakukan yang merupakan jawaban atas pokok masalah dari penelitian yang akan dilakukan. Sedangkan saran yaitu sebagai bahan pemikiran dari penyusun dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan analisis dan penelitian terhadap mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Arafah mekanisme penetapan harganya menggunakan metode penetapan harga *cost plus pricing methode*, dan pada Toko Arafah menawarkan harga rendah harga yang ditetapkan agar dapat mencapai target *volume* penjualan dimana harga ditetapkan agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, atau pangsa pasar, dengan memperkecil keuntungan, oleh karena itu Toko Arafah menerapkan penggunaan mekanisme penetapan harga *odd price* atau harga ganjil dengan tujuan untuk mencapai target penjualan.
2. Mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Arafah dalam penggunaan mekanisme penetapan harga *odd price* atau harga ganjil sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yaitu merupakan mekanisme penetapan harga jual berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela oleh pembeli dan penjual atau Toko Arafah, dengan memperhatikan daya beli masyarakat dan kemampuan masyarakat atau pembeli. penggunaan mekanisme harga ganjil pada Toko Arafah tidak ada unsur penipuan karena pembeli tetap membayar sesuai dengan harga yang sebenarnya atau sesuai dengan harga yang tertera, adapun pembayaran harga akan dibulatkan dengan pembeli membayar yang lebih besar dari harga yang tertera, hal itu dilakukan karena kesulitan Toko dalam menyediakan uang pecahan dibawah Rp 100, sehingga harga dibulatkan tetapi sisa harga dari hasil pembulatan di Toko Arafah bukan untuk kepentingan Toko Arafah dalam mendapatkan

keuntungan yang lebih dari hasil pembulatan, tetapi sisa harga dari hasil pembulatan tersebut akan dialihkan untuk dana sosial.

B. Saran

Saran yang akan penulis berikan kepada objek penelitian adalah:

1. Bagi penjual dan pembeli, harus saling menghargai hak-hak dan kewajibannya masing-masing, sehingga menghindari hal-hal yang dapat merugikan kedua belah pihak.
2. Penetapan harga ganjil merupakan salah satu cara yang secara psikologis mempengaruhi konsumen untuk berpikir bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dari harga yang sebenarnya, namun hal ini perlu dijadikan pertimbangan bagi para pelaku bisnis yang sering menggunakan strategi ini karena tidak semua konsumen akan berpikir bahwa harga ganjil akan memberikan keuntungan bagi pihak konsumen.
3. Bagi pelaku bisnis sebaiknya menerapkan secara sungguh-sungguh mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah sebagai landasan dasar dalam melakukan aktivitas bisnis yang dilakukan agar mendapatkan keridhaan dari Allah SWT.





Daftar Pustaka

- A.A, Islahi. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: Bina Ilmu, 1997.
- Abu Bakar. Bahrin dan Hery Noer Ali. *Terjemah Tafsir Al-maraghi*. Semarang: Toha Putra Semarang, 1986.
- Akhmad. *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: ALFABETA, 2009.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung :CV ALFABETA, 2005.
- Amalia, Euis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2010.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Aziz, Abdul. *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Azwar Karim, Adiwarmarman. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Banun Harahap, Sari. “Penetapan Harga Barang Yang Tidak Berdasarkan Nilai Mata Uang yang Berlaku Berdasarkan Undang-undang Perlindungan konsumen (studi kasus di carrefour, medan)”. *Tesis*. jurusan Magister ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, 2012.
- Carthy, Jerome dan William, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993.
- Damim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Djamil, Faturrahman. *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Dzazuli, Ahmad. *Kaidah-kaidah Fiqih*. Jakarta: Kencana, 2007.

Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi di Lengkapi Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.

Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Singapura: Pustaka Nasional, 1989.

Hasan, Ali *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS Center For Academic Publishing Service, 2014.

Hasan, Hasbi. *Pemikiran dan Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Dunia Islam Kontemporer*. Jakarta: Gramata Publishing, 2011.

Heri Susanti, Diah. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad dan Pembulatan Harga dalam Jual Beli di Mini Market Pamella Yogyakarta". *Skripsi*. Jurusan Mu'amalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, 2003.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>.

Ismanto, Kuat . *Manajemen Syariah*. yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Khalil, Jafril. *Jihad Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2010.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1996.

Koto, Alaidin. *Ilmu Fiqih dan Ushul Fiqih*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Maulana, Romi "Penerapan Asas-asas Muamalah Terhadap Praktek Pembulatan Harga dalam Jual Beli (studi kasus di minimarket Handayani Yogyakarta)". *Skripsi*., Jurusan Mu'amalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, 2009.

Nasution, Mustafa Edwin dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.

Nur Solikhin, Muhammad. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Pembulatan Harga Jasa Warnet (studi kasus di warnet retnoret yogyakarta)". *Skripsi*. jurusan Muamalat Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2010.

Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksar, 2009.



- Rivai, Veithzal, Amiur Nurudin, dan Faisar Ananda. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Sa'ad Marthon, Said. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.
- Sadan, Yasir. "Pengambilan Keuntungan Melalui Pembulatan Pada Bisnis Warung Internet Perspektif UU NO.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Perspektif Hukum Islam". *Skripsi*., Jurusan Mu'amalat fakultas syariah UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Salvator, Dominic dan Eugene Diulio. *Prinsip-prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, 2009.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, 2012.
- Sukiro, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Center Of Academic Publishing, 2012.
- Supriyatno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* . Yogyakarta: UIN Malang PRESS, 2008.
- Sutrisno, Hadi. *Metodologi Research*. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2006.
- Syafe'i, Rachmat. *Ilmu Ushul Fiqih*. Bandung: Pustaka Setia. 2007.

